

Estrategia de Gestión de Desarrollo Económico Sostenible en Zonas Rurales de Chihuahua a través de la promoción del Agroturismo Emprendedor bajo la plataforma AirBnB

Rhonda Lyn Wooten¹

Artemio Ramírez López²

Hazel Hoffman³

Resumen

Las dinámicas socioculturales inherentes a los territorios, en ocasiones se ven desatendidas y no se les valora en la justa medida. Sin embargo, es necesario revalorizar las oportunidades que la cultura tiene para ofrecer respecto a las posibilidades de desarrollar territorios. En este sentido, el turismo gastronómico y el agroturismo, son actividades que llevan un amplio grado de cultura imbricado en su desarrollo; así pues, sería incomprensible pensar en un turismo gastronómico convencional o en procesos agroturísticos no diferenciados. Gracias a la vasta extensión del estado de Chihuahua, la diversidad de climas que en el mismo se presentan es mucho muy grande, lo cual ha dado pie a la conformación no sólo de ecosistemas sino agroecosistemas que aprovisionan alimentos e insumos únicos que todavía cobran una diferenciación mayor cuando se les aplica el factor cultural, pues no es solo la forma de producirlos y prepararlos, también debe considerarse la forma en cómo se consumen. La siguiente estrategia se enfoca en las potencialidades turísticas que mantienen los diversos municipios del estado, comprendiendo que una buena gestión y promoción de los mismos puede desencadenar procesos de desarrollo local o bien procesos que posibiliten un desarrollo territorial rural. Sin embargo, dadas las dimensiones de la superficie del estado se consideró la aplicación de una metodología mixta que se está probando bajo un enfoque cuantitativo y cualitativo en unidades de análisis territorial (UAT) como son los Distritos de Desarrollo Rural. Se consideraron 7 dimensiones a evaluar bajo indicadores que satisfagan y clarifiquen las implicaciones que la cultura (patrimonio cultural) y otros factores claves como la educación (capital humano) tienen para con el desarrollo. Finalmente se hace una relatoría puntualizada sobre las limitantes y correcciones que deben de integrarse a la estrategia antes de su aplicación e implementación en campo. Se hace referencia a la ausencia de datos a escala municipal y en ocasiones a nivel estatal. Esto tiene como consecuencia el descartar muchos de los datos que las instancias federales y algunas internacionales ponen a disposición de los usuarios, pues es prácticamente imposible hacer una extrapolación de los mismos a contextos o escalas más reducidas.

Palabras clave: agroturismo, turismo gastronómico, gestión del desarrollo.

¹ Doctora en Ciencias de la Sustentabilidad. Universidad Autónoma de Chihuahua, Facultad de Ciencias Agrotecnológicas, mooneywooten@hotmail.com

² Maestro en Ciencias. Universidad Autónoma de Chihuahua, Facultad de Ciencias Agrotecnológicas, arramirez@uach.mx

³ Maestra en Agronegocios. Universidad Autónoma de Chihuahua, Facultad de Ciencias Agrotecnológicas, hhoffmann@uach.mx

Introducción

Hoy en día, la mayoría de los espacios rurales en Latinoamérica son un reflejo de territorios compuestos por comunidades campesinas pobres en los cuales sus recursos naturales y sociales (capitales tangibles e intangibles) se encuentran en un constante peligro de desaparecer. El debate hacia el cual nos mueve la discusión del desarrollo rural es uno que reflexiona por el desarrollo del campo a través de la diversificación de actividades, dejando atrás el paradigma de que el campo únicamente es un productor y abastecedor de alimentos; la nueva ruralidad expuesta por un fenómeno tan complejo como la globalización obliga a la búsqueda de nuevas alternativas para romper esas trampas de pobreza tan frecuentes en el contexto rural latinoamericano y de gran parte del mundo (Pérez, 2016; Pérez, 2010). La creación de formas innovadoras que permitan la integración de dicho contexto económico a la globalidad es sumamente importante pues posibilita comprender a la ruralidad, ya no como solamente un proveedor de alimentos, suelo (adaptado para el desarrollo inmobiliario) y recursos ecosistémicos sino como un actor activo con mucho más que aportar de manera intangible, pasando indirectamente a ser protector del patrimonio cultural-gastronómico y natural bajo una perspectiva sostenible (Castellón y Fontecha, 2018; De Lima, Carneiro y Passador, 2018) .

Una de las alternativas que mayor aceptación ha tenido alrededor del mundo ha sido la actividad turística. En este sentido, el turismo y específicamente el turismo rural y agroturismo, se han consolidado como actividades que posibilitan la entrada o captación de un ingreso extra aparte de las actividades primarias en el contexto rural (Cristovao, Tibério y Abreu, 2008). Así pues, el turismo rural está basado en el aprovechamiento y disfrute de productos turísticos alternativos, mismos que se integran bajo un carácter multifuncional y que permiten apreciar en su justa dimensión las bondades de un territorio. En algunos casos se puede asumir que el turismo rural es una actividad en donde el turista entra en un contacto directo con actividades ajenas a su contexto, principalmente en interacción con campesinos que le permiten comprender las dinámicas rurales a través de su gastronomía y mediante sus usos y costumbres (Guzmán, Garduño y Mendoza, 2013). Es importante resaltar el hecho de que el agroturismo es una vertiente del turismo rural; así pues, dentro del concepto de agroturismo se circunscriben actividades como la convivencia con granjeros o campesinos en la cual se resalta la importancia de sus actividades, propiamente se puede decir que el factor clave dentro de dicha actividad es la cultura, la cultura rural. Dicha cultura rural se manifiesta como un capital intangible que permite la diferenciación y promoción del desarrollo local y endógeno de cualquier comunidad rural (Randelli y Martelozzo, 2019).

Como ya se ha comentado, un proceso tan complejo como la globalización ha traído consigo no solo externalidades negativas, sino que ha permitido la difusión y el conocimiento de territorios a través de estructuras dinámicas como las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) (Tello, 2018). Dentro de este tipo de estructuras podemos encontrar plataformas que posibilitaron la conformación de redes sociales, mismas que han tenido un impacto positivo en la actividad turística y especialmente en el turismo rural. Una de esas plataformas que han sabido mezclar las TIC's y la actividad turística ha sido Airbnb; dicha empresa se ha definido como un mercado comunitario que ofrece una plataforma a través de la cual se pueden conectar miles de anfitriones para promocionar sus alojamientos a clientes que buscan espacios de alquiler en distintos lugares del mundo y a un precio accesible. La empresa, fundada en 2008, ha tomado una postura que se alinea a los ODS, especialmente en el eje de crear trabajos decentes y hacer más sostenibles los nichos urbanos. Específicamente se resalta el hecho de que la

participación de las comunidades locales es esencial para un destino turístico sostenible en sus tres componentes (económico, medioambiental y social) (Dieckow, 2019).

En este sentido, surge la idea de conformar una propuesta de investigación que integre la capacidad inherente de los territorios rurales con respecto al mundo globalizado y las nuevas tecnologías a que potencian la actividad turística. No sobra decir que dichas capacidades permiten diferenciar y conformar un caleidoscopio cultural cada vez más apreciado por individuos que buscan contrastar su visión con la de otros habitantes del mundo, especialmente de un contexto rural. Por ello el estado de Chihuahua, gracias a su diversidad de climas y culturas presentes en su territorio, tienen un gran potencial para adentrarse en un turismo con cada vez más demanda. Tradicionalmente el destino por excelencia en el estado de Chihuahua ha sido la Sierra Tarahumara, sin embargo, el territorio estatal comprende un gran potencial en otros destinos dispersados por todo lo largo y ancho de la entidad. Esta propuesta se concentra en la generación de una alternativa que promueva el desarrollo económico sostenible en las zonas rurales del estado a través del agroturismo y el turismo gastronómico, empleando para su difusión plataformas digitales de gran demanda como Airbnb.

Justificación

La Organización Mundial del Turismo (OMT) comenta en su tercer foro global que en 2016 aproximadamente ocho millones de turistas internacionales aterrizan en España con un interés gastronómico particular. La OMT, también hizo relación sobre cómo la gente ama el vino y sus platos tradicionales, y esta es una de las principales razones por las regresan. Si la tendencia culinaria está en aumento, es imperativo averiguar qué tipos de turismo gastronómico se están formando en México y específicamente cómo podemos aumentar la cantidad de turistas en el estado de Chihuahua, no olvidando en ningún momento la mejora económica de la población local. En el año 2015, Enrique Peña Nieto (el ex presidente de México), comenzó a promover la gastronomía mexicana como "una gran fuente de inclusión y prosperidad, así como de prestigio internacional". En México, la gastronomía tiene la diversidad más extendida de sur a norte. La comida es muy diferente y también lo es la cultura y sus tradiciones. En 2010 ocurrió un suceso que marcó un precedente para México, pues la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) declaró a la gastronomía mexicana un patrimonio cultural inmaterial de la humanidad (Thomé, 2017; Iturriaga, 2010).

En cuanto a Chihuahua, la gran diversidad de su gastronomía puede encontrarse dispersa por todo el "Estado Grande". Así pues, si se accede en internet y se inicia la búsqueda de la Cocina de Chihuahua, se encontrará una gran diversidad de alimentos, se hablará de una sopa de oso, quesos, chiles y carnes. Lo que no dice es lo que comen lo que consumen en diferentes ciudades y pueblos de Chihuahua. En este sentido, el emprendimiento es importante ya que tiene la capacidad de mejorar el nivel de vida y mejorar la economía, no solo para los empresarios, sino también para los negocios de las ciudades. Los emprendedores también ayudan a impulsar el cambio con innovación, aquí es donde los productos nuevos y mejorados permiten desarrollar nuevos mercados y crear una mejor calidad de vida mediante:

1. Los emprendedores crean nuevos negocios

Las ofertas innovadoras de los emprendedores, en forma de nuevos bienes y servicios, dan como resultado un nuevo empleo, que puede producir un efecto en cascada o un círculo virtuoso

en la economía. La estimulación de negocios o sectores relacionados que apoyan la nueva empresa se suman al desarrollo económico adicional.

2. Los emprendedores aumentan el ingreso nacional

Los emprendimientos empresariales literalmente generan nueva riqueza. Las empresas existentes pueden permanecer limitadas al alcance de los mercados existentes y pueden alcanzar el techo de cristal en términos de ingresos. Las ofertas, productos o tecnologías nuevas y mejoradas de los empresarios permiten desarrollar nuevos mercados y crear nuevas riquezas.

3. Los emprendedores también crean cambio social

A través de sus ofertas únicas de nuevos bienes y servicios, los empresarios rompen con la tradición y apoyan indirectamente la libertad al reducir la dependencia de sistemas y tecnologías obsoletos. En general, esto da como resultado una mejor calidad de vida, una mayor moral y libertad económica.

4. Desarrollo comunitario

Los emprendedores fomentan regularmente emprendimientos empresariales de otras personas con ideas afines. También invierten en proyectos comunitarios y brindan apoyo financiero a organizaciones benéficas locales (Sastre, 2013). Esto permite un mayor desarrollo más allá de sus propias empresas. La importancia del tiempo para los emprendedores es también necesaria en la toma de decisiones, el impulso, su tiempo disponible y sus equipos de trabajo. Las Naciones Unidas mencionaron en su agenda 2040 los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) con 169 objetivos, que están diseñados para lograr un futuro más sostenible para todos para 2030 (Naciones Unidas, 2018). En general, se centran en proteger el planeta, acabar con la pobreza de varias maneras, equilibrar la igualdad de género y garantizar a todas las personas disfruta la paz, la justicia y la prosperidad. Gracias a la capacidad de Emprendedurismo surgen empresas como Airbnb, pues las oportunidades se manifestaron y el nicho de mercado se satisfizo por medio de una plataforma con una interfaz amigable y precios asequibles a la mayoría de la población (Tello, 2018).

Objetivos

Crear un modelo económico sostenible para las comunidades rurales a través del agroturismo y la recuperación del patrimonio gastronómico utilizando la plataforma Airbnb para potenciar dicha actividad.

Objetivos específicos:

- Generar agroturismo dentro las comunidades rurales.
- Fomentar el emprendimiento en las zonas rurales.
- Crear una red de vinculación de Airbnb para las comunidades rurales.

Marco de Referencia

En el desarrollo del presente marco referencial es importante definir los conceptos que se pretenden desarrollar. Durante esta investigación el principal concepto es encontrar opciones para las comunidades de bajos recursos y ofrecer alternativas para poder tener una mejor calidad de vida.

Los inversionistas en la ciudad están creando un estilo de vida moderno, innovador, eficiente que mejoran la calidad de vida, pero son pequeñas empresas, por los que contemplan estímulos económicos y dejan atrás a los ciudadanos de bajos recursos por no poder generar numerosos empleos. En las zonas rurales están más en el campo y tiendas pequeñas. Es necesario tomar en cuenta las necesidades de la comunidad y hacerlos independientes de manera que puedan generar sus propios ingresos. En donde hay más población existe más inversión.

Es importante que los municipios fomentan cooperativas o cursos de autoempleo en las comunidades rurales sería un apoyo importante para los que están interesados, pero existe la falta conocimiento. Este proyecto sería de suma importancia siendo un trabajo en conjunto y serian ellos que brindaran los permisos. Si los ciudadanos están al tanto de esto, podrá mejorar su calidad de vida y satisfacer sus necesidades. De esta manera, se requiere que el gobierno apoye fomentando la venta de productos locales, áreas especiales para su venta y brindar tutorías para los que necesitan. Me gustaría agregar una nota importante, que es ofrecer una certificación de los cursos que ofrecen para incitativos o motivación en seguir adelante. Son importantes los interesados en crear un Airbnb, es una forma en la cual se puede mantener nuestra cultura y tradiciones. El turista tiene la oportunidad que quedarse con una familia, convivir con ellos, contar historias y hasta crear actividades como guía turística. Más abajo está la explicación más desarrollada (Tello, 2018; Dieckow, 2019).

Marco Metodológico

Explicación de la metodología PMBOK, aterrizada al proyecto y su desarrollo.

El siguiente proyecto se desarrolla a través del marco metodológico descrito en la guía de PMBOK Project Management Based on Knowledge el cual ofrece los fundamentos para dirigir y diseñar un proyecto. Para un buen desempeño del proyecto se consideran los siguientes procesos de la guía PMBOK (PMI, 2017).

- **Acta de constitución** - es un documento que autoriza formalmente un proyecto o una fase, y que contiene los requisitos iniciales que satisfacen las necesidades y expectativas de los interesados.
- **Identificación de interesados** – se incluye a todos los actores en equipo, así como internas o externas.
- **Plan de gestión de costos** – ofrecer brevemente una descripción de los procesos estimados para el proyecto.
- **Plan de gestión de riesgos** – identifican y analizan los probables riesgos que se puede enfrentar en el desarrollo del proyecto.
- **Plan de gestión de las comunicaciones** – se incluyen los procesos para asegurar la planificación, recopilación, distribución y monitoreo de la información del proyecto.

ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE
CHIHUAHUA A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL AGROTURISMO EMPRENDEDOR BAJO LA
PLATAFORMA AIRBNB

- **Plan de dirección del proyecto** – se presenta los procesos, las entradas y las salidas de manera general para buenas prácticas en los proyectos.
- **Plan de gestión de cronograma** – muestra el tiempo y se define las secuencias de las actividades.
- **Plan de gestión de recursos humanos** – incluye los procesos de organizar y gestionar a los integrantes del equipo del proyecto.

Para alcanzar los objetivos en el siguiente proyecto se pretende hacer un análisis FODA, gestionar y desarrollar un modelo sostenible económico para comunidades rurales en Chihuahua, asimismo ofrecer un nuevo concepto o un modelo innovador que pretenda mejorar el nivel económico a base de agroturismo, productos locales y realizar Airbnb bb para promover, cuidar, proteger la cultura e identidad de las comunidades rurales a través de las siguientes acciones:

- Promover un comité de los ejidos en las comunidades y fomentar la creación y/o promoción de productos locales, agroturismo y estancias para los turistas. Solicitar con sus municipios espacios en donde los mismos ciudadanos puedan promover y/o vender sus productos.
- Por medio de libros, revistas, emprendedores, análisis similares en otras países e investigación en otras ciudades de México, hacer comparaciones de los proyectos que han sido favorables o perjudiciales. Un análisis FODA de nuestras comunidades rurales de chihuahua.

Método cualitativo: El agroturismo y turismo gastronómico es una tipología necesaria en los mercados actuales. El tener la habilidad de poder compartir historias de Chihuahua, cultura y tradiciones y compartir la parte culinaria con los turistas en una forma de mantener nuestra cultura.

Método cuantitativo: Desarrollar un presupuesto que detalle sus gastos necesarios para poder iniciar con un tipo de agroturismo o gastroturismo, que se necesita para incluir un AirBnB y cómo formar la idea de emprendimiento con las comunidades.

El turismo como potenciador del desarrollo

El turismo es una fuente económica necesaria en muchos países. Es una forma de impulsar la economía, unir a las personas de todas las culturas, reducir los niveles de estrés, mejorar la perspectiva empresarial y aumentar los momentos familiares o personales. Respaldado por la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo gastronómico está en aumento y hay mucha competencia.

El turismo gastronómico es un nicho de viaje que intenta lograr un equilibrio perfecto entre lo útil, lo agradable, entre las necesidades diarias de los alimentos y las experiencias culinarias que pueden marcar positivamente a los turistas (Georgica, Petronela y Puiu, 2014).

El foro global de la OMT comenta en su tercer foro que ocho millones de turistas internacionales aterrizaron en España en 2016 con un interés gastronómico particular. La OMT comenta sobre cómo la gente ama el vino y sus platos tradicionales y esta es una de las principales razones por las que siguen regresando. Si la tendencia culinaria está en aumento, es imperativo

averiguar qué tipos de turismo gastronómico se están formando en México y cómo podemos aumentar la cantidad de turistas en el estado de Chihuahua, pero teniendo en cuenta para mejorar la economía de la gente (OMT, 2016).

En 2015, el presidente Enrique Peña Nieto comenzó a promover la gastronomía mexicana "una gran fuente de inclusión y prosperidad, así como de prestigio internacional". En México, la gastronomía tiene la diversidad extendida de sur a norte. La cocina es muy diferente y también lo son las culturas y tradiciones. Una de las distinciones más importantes de México fue en 2010; La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura declaró a la gastronomía mexicana un patrimonio cultural inmaterial de la humanidad. (Thomé, 2017).

Turismo Gastronómico

Las tendencias en el turismo gastronómico, es un proceso simultáneo de globalización y apreciación de los recursos locales. Los turistas están en busca de nuevas experiencias, disfrutando de la buena cocina, el entretenimiento local y la cultura. Además, la gastronomía es una manera de revivir y diversificar el turismo en Chihuahua. En el estado de Chihuahua hay numerosos lugares donde se puede encontrar una cocina deliciosa y disfrutar de la cultura que viene. Ciudades y pueblos como Chihuahua, Cuauhtémoc, Jiménez, Sierra de Chihuahua, Parral y San Francisco del Oro, entre otros. Este estado está lleno de diversidad tanto en la gastronomía como en las aventuras. Es un lugar perfecto para satisfacer sus necesidades en lo que sea. El enfoque principal de esta tendencia sería ofrecer más oportunidades a los locales y tener áreas designadas donde puedan ofrecer su excelente cocina, hablar sobre su cultura e incluso ofrecer una buena noche de estadía en una de las casas locales. Para que esto suceda, dar la misma oportunidad al ciudadano que está interesado en tener un ingreso extra, esta sería la clave y también traer al gobierno local y trabajar con la gente para diseñar un mejor Chihuahua.

AirBnB

Airbnb es una empresa fundada en noviembre, 2008 por Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk en San Francisco California. Su función principal es ofrecer estancias en diferentes partes de mundo en donde la gente podría quedarse en una casa o compartir un cuarto con precios económicos. Eso quiere decir que uno podría llegar a su destino solo o con familia quedarse en una casa y en las mañanas almorzar y convivir (Tello, 2018). Esto le permite al turista conocer la parte gastronómica y a su vez compartir historias de la cultura y hasta ofrecer guiarlos para conocer más partes en su mismo pueblo. Con este método se brindan apoyos económicos a la población y al mismo tiempo sin tener que pagar impuestos. Airbnb es algo que podría ayudar a los pueblos con más necesidad económica en el estado de Chihuahua (Dieckow, 2019).

Sustentabilidad de la propuesta

Con el turismo gastronómico, se puede aportar sostenibilidad formulando resultados sobre el medio ambiente y la cultura de una manera que sea compatible con el crecimiento económico. El diseño debe ser una sostenibilidad nominal, pero, al mismo tiempo, progresivo y así encontrar el equilibrio entre ambos sin poner tanta presión en un entorno culinario. No tiene mucho que ver con el punto de vista de la mercadotecnia sobre cómo atraer a los turistas a la ciudad, sino atraer a

ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE
CHIHUAHUA A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL AGROTURISMO EMPRENDEDOR BAJO LA
PLATAFORMA AIRBNB

los visitantes para que participen en nuestra vida cultural y no hay mejor manera que hacerlo a través de un método culinario. Reunir a la gente y ofrecer una experiencia agradable combinada. El turismo gastronómico es una forma de turismo, donde se visita el interés por la cultura culinaria, gastronómica del país. El aspecto turístico, no solo para venir a comer, busca el personal humanizado, es importante ver a un turista, no como alguien que abre su billetera, sino a alguien que está buscando una experiencia inolvidable. (Thomé, 2015).

Calidad

La ciudad que desea participar y promover el turismo gastronómico debe trabajar a diferentes niveles y tener un plan de calidad: reconocimiento y protección de los productos locales, oferta competitiva y recursos humanos profesionales a lo largo de todo el proyecto, aceptando las fuerzas de unión con las autoridades locales que ofrecen capacitación y retener a los visitantes, conceptos básicos de negocios, permisos de turismo especializados y uno a uno con la policía local (Saiz, 2018). Las influencias gastronómicas directamente hacia la calidad de vida y la salud, es como un método holístico en el que se alimenta y no solo eso, sino que satisface una necesidad biológica. Para un mayor análisis será esencial obtener entrevistas con la gente, la universidad y las autoridades locales. Será importante ver las reacciones y la esperanza de una perspectiva positiva en este proyecto. Con todos los actores involucrados en un método combinado, esto permitirá el crecimiento desde adentro, pero solo si hay trabajo en equipo, los permisos correctos, la comunicación y un impulso para tener una mejor forma de vida.

Comunicación

En esta parte, las habilidades de comunicación son necesarias. Deben crear mensajes creíbles sobre los productos que venden y los alimentos que ofrecen. La experiencia del viaje ha cambiado y ya no se limita a los días del viaje, sino que podemos decir que comienza mucho antes (el turista se inspira, reúne información, compara, compra) y termina cuando el turista evalúa la experiencia y la comparte. Pero junto con la comunicación abierta entre los ciudadanos sobre lo que van a vender y lo que van a hacer, pero también una buena comunicación con las autoridades locales.

La parte de comunicación solo funciona si todos los actores están en la misma página y hay reuniones tres veces durante el primer año. Esto es importante para descubrir cualquier problema que pueda tener algún lado. Debe haber cooperación con todos los involucrados para que haya un aumento económico constante a lo largo de los años y debe haber una innovación constante para que sea una experiencia más deseable. Tiene que haber un análisis continuo y un tipo de retroalimentación de los visitantes en cada temporada porque es necesario arreglar lo que funciona y eliminar lo que no funcionó. Es por esto que la comunicación es tan importante y se debe formar un comité comunitario para manejar los comentarios.

Agroturismo

El agroturismo es un tipo de turismo, pero está dirigida a zonas rurales, en el ofrece turismo, alojamiento, gastronomía, ocio, participación de tarea en la explotación agraria (Cordisco, Scoponi y Durán, 2012). En el agroturismo o turismo rural es una conjunta de actividades recreativas en donde es una granja diseñada para recibir también a los huéspedes, ya sea para comida (almuerzo

y cena), alojamiento de vacaciones o una combinación de ambos (Thomé, 2015; Fantini *et al.*, 2018). En algunos agroturismos ofrecen apartamentos con cocina sin desayuno, almuerzo o cena. Pero es una perfecta oportunidad en tener su AirBnB.

El agroturismo es una actividad que se sustenta en la agricultura, y aunque su existencia en las zonas rurales en Chihuahua es mucho menor que en otros países y eso puede llegar a ser más importante en el futuro y en determinados procesos de desarrollo rural. Las siguientes razones para dicha importancia potencial:

- Su presencia, en cuanto a actividad económica, constituye un factor de supervivencia (o resistencia a la marginalidad en algunas zonas rurales) y desarrollo, tanto de la agricultura, de la ganadería como de la actividad forestal, cinegética, pesca, etc.
- El mantenimiento de las actividades agrarias permite que se conserve el paisaje, considerado actualmente como recurso económico y cuya demanda crece paulatinamente, así como todo el patrimonio histórico y cultural de las zonas rurales cuya diversidad merece ser conservada: tipos de cultivos y explotaciones, hábitats y arquitecturas (pueblos, viviendas y edificios rurales, setos, terrazas, tapia, etc.).
- La situación de crisis de las explotaciones agrarias en zonas rurales, particularmente las de montaña, despierta un cierto interés por parte de los agricultores a diversificar sus actividades dentro y fuera de la explotación agraria, que es lo que mejor conocen (Sayadi y Calatrava, 2012). En estos enfoques turísticos alternativos están estrechamente relacionados con la economía rural y con ello desarrollo rural. La razón principal de esto es el destino turístico de estos y los enfoques turísticos alternativos son las zonas rurales.

Los enfoques turísticos alternativos son a saber turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo patrimonial, turismo agrícola, turismo religioso, y muchos más. Este tipo de turismo alternativo crea una nueva oportunidad económica en las zonas rurales como, así como a la macroeconomía sustentable en un país. Esta situación lleva a una relación fuerte entre el desarrollo socioeconómico y el turismo como industria en las zonas rurales.

Además, esto la relación socioeconómica conduce a la creación de una serie de tipos de turismo en las zonas rurales (Fantini *et al.*, 2018; Galán *et al.*, 2019). El turismo que no daña la cultura y los valores sociales de la comunidad de acogida es a menudo llamada alternativa: más que eso, el turismo alternativo puede tratar activamente de fomentar el respeto por las realidades culturales encontradas por los turistas a través de la educación y la organización "encuentros" (De Oliveira y González, 2008).

Características del agroturismo que se puede utilizar para distinguirlo en la siguiente manera:

- Alojamiento – una casa de campo en donde los turistas disfrutan, experimentan y sienten el ritmo de la vida rural. Por ejemplo, los animales, los cultivos, comida fresca, paisajes y convivir con la naturaleza.
- Recepción de los invitados: comunidad agrícola, familia de los agricultores, compartiendo sus culturas, costumbres de campo y tradiciones mexicanas.
- Experiencia turística – disfrutar y experimentar la vida rural, comprender de las necesidades rurales y las tareas diarias de los agricultores.

ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE
CHIHUAHUA A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL AGROTURISMO EMPRENDEDOR BAJO LA
PLATAFORMA AIRBNB

- Relajación – contacto y sensación con la naturaleza, libertad para moverse y disfrutar la ruralidad.
- Distribución de los egresos - se distribuye entre los agricultores o empresarios, las personas locales en el área proporcionando diferentes bienes y servicios, guías locales contratados.

La importancia en entender las características de agroturismo es esencial siendo que muestra lo que quieran preservar y a la vez lo que puedan contribuir. Mi definición profesional es que turismo es una fuente de ingresos de suma importante para una región y es una aportación económica por el pueblo. En esto preservamos los valores socioculturales de las comunidades rurales y ayuda a mejorar sus estándares económicos de todos de lo que participan (Pedreira, Dos Santos y Da Rocha, 2009; Pérez, 2010). Según Sznajder y Przezbórska (2004) es necesario tener una idea sobre los tipos de turismo rural antes de discutir su idoneidad y viabilidad como negocio rural; al respecto los mismos autores hacen hincapié en que los servicios del agroturismo pueden categorizarse en sitene tipos:

- Alojamiento en granjas
- Agroturismo participativo
- Ventas por productos o cosechas en las granjas
- Vacaciones en las granjas
- Entretenimiento en el pueblo
- De la granja a mesa y son alimentos sostenibles
- Participación municipal

Sin embargo, estos servicios de alojamiento en granjas no es posible ofrecer a gran escala. Con el pensamiento sustentable, cuidar los campos y sus cultivos. El lugar de una estancia en una granja es un rancho real y es operado por un agricultor y una familia de agricultores. No obstante, en el presente concepto puede planificarse y operarse como la función principal del turismo y los operadores de la granja y la granja son empresarios del sector turístico. No obstante, las características del agroturismo están disponibles en esta entidad y están bien planificadas y organizadas para dar la sensación real de agroturismo a los turistas. Recordando que las estancias en granjas no incluyen solo alojamiento. Necesariamente debe ser incluido en forma de AirBnB, no olvidar en que las turistas puedan comprar sus artesanías, posibilitando que el turismo trascienda a otras esferas de la economía rural.

Oportunidades del Agroturismo en Chihuahua

Para continuar, es importante conocer ciertas zonas rurales en el Estado de Chihuahua que cuentan con un destacado capital cultural, mismo que tiene el potencial para dar respuesta a la demanda del turismo gastronómico y agroturismo. Chihuahua es considerado como el estado más grande de la República Mexicana, con casi 250,000 km² representa el 12.6% del territorio nacional (figura 1). Su división política está conformada por 67 municipios distribuidos en extensos territorios con

una gran diversidad de climas y ecosistemas que van desde los bosques templados, planicies, barrancos con clima tropical, hasta los majestuosos médanos del desierto.

Debido a su vasta extensión, fue necesario concretar una serie de indicadores que permitieran clasificar los municipios y localidades con mejores aptitudes y potencialidades para desarrollar el agroturismo mediante el turismo gastronómico y con apoyo en plataformas digitales como son Airbnb. Como se mencionó con anterioridad, dentro del marco metodológico, deben existir condiciones que permitan la conformación de un proyecto sólido; eso, por una parte. Por otra, siguiendo la narrativa tenemos la necesidad de generar una tipología según las demandas y preferencias turísticas orientadas hacia el agroturismo y en específico el turismo gastronómico.

Figura 1. Localización del estado de Chihuahua.



Elaboración propia con datos de INEGI.

Dado que la herencia gastronómica se ha catalogado como un patrimonio cultural, es necesario partir de los conceptos y convergencias que permitan a la cultura vincularse a procesos de desarrollo social y económico, sin olvidar la conservación del medio ambiente. Para ello se recurrió a los estudios que UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) ha realizado en dicha materia. En este sentido, la batería de indicadores que la organización pone de manifiesto para comprender la dinámica entre ambos conceptos (desarrollo y cultura) nos parece más que adecuada.

Al respecto, se menciona la necesidad de generar indicadores que reflejen no sólo una parte de la realidad, es decir son necesarios indicadores de naturaleza cualitativa y cuantitativa para poder explicar las distintas dimensiones de los complejos fenómenos socioculturales y socioeconómicos. La conformación de este material se realizó partiendo de una batería de indicadores que dieran suficiencia justamente al análisis de escenarios con capital y patrimonio cultural que dinamice los procesos de desarrollo humano en general.

Así pues, se tienen siete (7) dimensiones que conforman la Batería de Indicadores que plantea la UNESCO a partir de las recomendaciones dadas en “Nuestra Diversidad Creativa”.

ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE
CHIHUAHUA A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL AGROTURISMO EMPRENDEDOR BAJO LA
PLATAFORMA AIRBNB

Dichas dimensiones son las siguientes: Economía de la Cultura; Educación; Patrimonio Cultural; Comunicación; Gobernanza; Participación y Cohesión Social; Igualdad de género. Estos indicadores, cabe aclarar, que pueden dar una idea de cómo se encuentra la situación de la comunidad o territorio en general, sin embargo, la adecuación de algunos de ellos será necesaria en determinados escenarios. En pocas palabras, la Batería de Indicadores es un catalizador para la discusión y el aprendizaje de los espacios (territorios) que cuentan con un importante capital cultural y valioso patrimonio que puede emplearse para explorar el potencial que la cultura tiene en los procesos de desarrollo (UNESCO, 2011).

Estructura de los indicadores

El conjunto de indicadores analiza siete dimensiones que a su vez se manifiestan en otras cuantas subdimensiones centradas en un aspecto específico de la dimensión superior (tabla 1). Dichas dimensiones se especifican en la siguiente tabla:

Tabla 1. Dimensiones propuestas por la UNESCO para medir los impactos de la cultura en el desarrollo.

Dimensiones	Subdimensiones
Economía	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Valor agregado de las actividades culturales: la contribución de las actividades culturales al PIB 2. El empleo en la cultura 3. Gastos en bienes y servicios culturales en el hogar
Educación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Invertir en capital humano 2. Promover la apreciación y la valorización de la diversidad cultural 3. Invertir en profesionales culturales altamente capacitados
Patrimonio	<ol style="list-style-type: none"> 1. La protección del patrimonio cultural 2. La valorización del patrimonio cultural
Comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. La libertad de expresión 2. Generar un entorno propicio para la comunicación 3. La diversidad cultural de los medios
Gobernanza	<ol style="list-style-type: none"> 1. La consagración de los derechos culturales y la promoción de la cultura en el plano normativo 2. Las capacidades institucionales 3. La infraestructura cultural 4. La participación de la sociedad civil en la elaboración e implementación de políticas culturales
Social	<ol style="list-style-type: none"> 1. La participación en actividades culturales 2. La aversión o desconfianza de otras culturas y la confianza interpersonal 3. La libertad de autodeterminación
Igualdad de género	<ol style="list-style-type: none"> 1. La igualdad de capacidades para participar en la cultura 2. La igualdad de oportunidades para acceder a las instituciones públicas

Es importante, además, resaltar el hecho de que la mayoría de los indicadores que la UNESCO sugiere, no necesitan grandes esfuerzos para ser construidos, pues están fundamentados en bases de datos ya existentes. Sin embargo, se hace hincapié en el enfoque desde el cual están

siendo analizados estos indicadores, es decir desde los procesos culturales y de desarrollo. Lo anterior definitivamente genera nuevos significados y contrastes para con la generación de estrategias que permitan potenciar los capitales intangibles de un territorio, por medio de la gestión de las políticas públicas (UNESCO, 2014).

Aplicación de los indicadores a través de hojas de ruta

Las hojas de ruta son documentos de trabajo en los cuales se plasman los principales aciertos y problemas que la medición de los indicadores conlleva. Estos documentos sirven como una guía para la recolección de datos y su consecuente análisis; en ellos se pueden encontrar fórmulas, sugerencias y soluciones a las problemáticas que se van presentando. Claramente se puede definir un objetivo en la aplicación de dichos indicadores, el cual es la medición de la contribución y el potencial que la cultura en general tiene para con el desarrollo de los territorios (UNESCO, 2011).

Selección de Unidades de Análisis Territorial (UAT)

Dado que la propuesta de las hojas de ruta da prioridad al establecimiento de adecuaciones, bajo dicho principio, dado que la operatividad de la misma metodología se hace a una escala nacional, se hace necesaria su adecuación a una escala menor, con el fin de tener un acercamiento más detallado de la realidad territorial; a pesar de que la unidad territorial como el municipio puede ser de gran utilidad, se consideró como unidad de análisis territorial (UAT) a los distritos de desarrollo rural (DDR).

En este sentido, se puede realizar una mayor depuración en cuanto a la posibilidad que ofrece cada DDR con respecto al agroturismo y el turismo gastronómico. Dicho sea de paso, la exploración del rescate y aplicación de esta UAT se deja a consideración de la crítica en el sentido que quizás sea más representativo el hecho de considerar por municipio. Un punto a favor de los DDR es la vasta extensión territorial del estado; determinando así regiones más extensas, se hace un tanto más manejable dicha dimensión (Damián *et al.*, 2007).

Al respecto, se mencionan los DDR que se conformaron en el estado de Chihuahua luego de la reforma y aplicación a las leyes agrarias durante el mandato del presidente Carlos Salinas de Gortari (Calzada, Rocatti y Galeana, 2017). La estructura de dichos espacios queda manifiesta por sus afinidades en cuanto a su geografía y su dinámica productiva, lo que permite orientar políticas públicas a cada espacio con un impacto a menor escala (es decir municipal) (tabla 2). En este caso, el estado de Chihuahua cuenta con 13 Distritos de Desarrollo Rural (DDR) los cuales se conforman de la siguiente manera:

ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE
CHIHUAHUA A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL AGROTURISMO EMPRENDEDOR BAJO LA
PLATAFORMA AIRBNB

Tabla 2. Elaboración propia con datos de SAGARPA, 2017.

Distrito de Desarrollo Rural (DDR)	Municipios	Superficie aprox. (km ²)
DDR-28	Asunción, Casas Grandes, Janos y Nuevo Casas Grandes	26,689.44
DDR-29	Buenaventura y Galeana	9,570.52
DDR-30	Ahumada y Buenaventura	24,805.51
DDR-31	Guadalupe, Juárez y Praxediz G. Guerrero	9,922.88
DDR-32	Gómez Farías, Ignacio Zaragoza, Madera y Namiquipa	17,360.61
DDR-33	Bachíniva, Carichí, Cuauhtémoc, Cusiuhiriachi y Riva Palacio	11,006.24
DDR-34	Guerrero, Matachí y Temósachic	10,698.39
DDR-35	Aldama, Chihuahua, Dr. Belisario Domínguez, Gran Morelos, Nonoava, San Francisco de Borja, Santa Isabel y Satevó	22,458.78
DDR-36	Coyame del Sotol, Manuel Benavides y Ojinaga	23,467.85
DDR-37	Batopilas, Bocoyna, Chínipas, Guazapares, Maguarichi, Morelos, Moris, Ocampo, Urique y Uruachi	21,411.99
DDR-38	Balleza, Guachochi y Guadalupe y Calvo	21967.18
DDR-39	Allende, El Tule, Hidalgo del Parral, Huejotitán, Matamoros, Rosario, San Francisco del Oro, Santa Bárbara y Valle de Zaragoza	11,557.37
DDR-40	Camargo, Delicias, Julimes, La Cruz, Mecoqui, Rosales, San Francisco de Conchos y Saucillo	25,718.79
DDR-41	Coronado, Jiménez y López	13,972.63

No debe soslayarse el hecho de que de los 67 municipios que conforman el estado de Chihuahua, solamente el municipio de Aquiles Serdán no fue considerado dentro de las unidades de análisis del territorio, en este caso los Distritos de Desarrollo Rural. En el siguiente mapa se puede dar una idea de la distribución de dichas unidades territoriales para la conformación de la estrategia de intervención (figura 2).

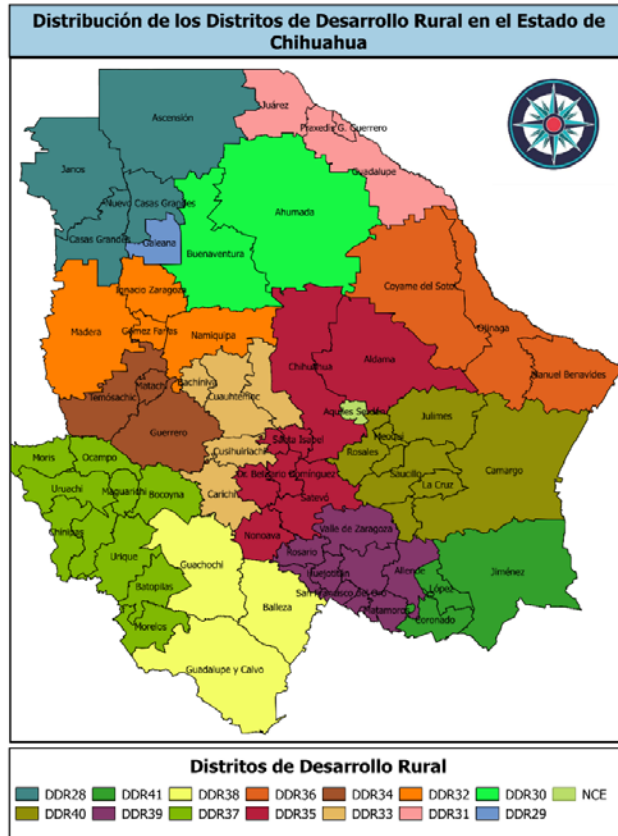
Conclusiones y recomendaciones

A pesar de ser un avance de investigación, dicha situación no exime de la realización de una relatoría concreta de hallazgos por demás significativos en un contexto aplicado como el de ésta. Se pueden definir algunos puntos clave a considerar durante y el posterior desarrollo de la investigación. A saber, se tienen los siguientes puntos:

La relevancia que tanto las dimensiones como las subdimensiones tiene dentro de la propuesta de estrategia para la activación de las zonas rurales en el estado de Chihuahua son de suma importancia por el hecho manifiesto de que la cultura es aún, en Chihuahua, un elemento muy incomprendido y del cual no se está sacando el eficiente provecho en pos de las comunidades con mayor necesidad por contextos socio históricos adversos a las mismas. Como es obvio, los indicadores que se estructurarán para dimensionar estos impactos estarán expuestos a mejoras y refinamientos con el paso del tiempo y el cambio de contexto. Debe de tenerse bien en claro la cuestión teórica respecto a los indicadores y la fundamentación que apuntala las dimensiones que engloban y permiten la estrategia; la conceptualización de cada uno de los atributos que se buscan

explorar y explotar es necesaria y básica para la sostenibilidad de la propuesta una vez alcanzada en su fase de proyección.

Figura 2. Distribución de los Distritos de Desarrollo Rural en el estado de Chihuahua



*NCE: No Considerado en el Estudio. Municipio de Aquiles Serdán.

Quizás existen limitantes que se presentan no sólo en este estudio/investigación y no solo en estas áreas sino en muchas más. Se hace referencia a la ausencia de datos a escala municipal y en ocasiones a nivel estatal. Esto tiene como consecuencia el descartar muchos de los datos que las instancias federales y algunas internacionales ponen a disposición de los usuarios, pues es prácticamente imposible hacer una extrapolación de los mismos a contextos o escalas más reducidas.

Finalmente, se debe de tocar el hecho de que el enfoque orientado más hacia las interpretaciones que la cultura tienen para con los procesos de desarrollo, está dejando de lado la dimensión respectiva al medio ambiente; es decir que una de las definiciones que se tendrán que hacer serán apuntalar bien este aspecto para poder concretar una propuesta sustentable, no sólo enfocada en los pobladores (desde un enfoque antropocéntrico) sino además en la interacción con los ecosistemas en los cuales están insertos.

ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE
CHIHUAHUA A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL AGROTURISMO EMPRENDEDOR BAJO LA
PLATAFORMA AIRBNB

Bibliografía

- Pérez, S., (2010) El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), pp.507–513.
- Pérez Guilarte, Y., (2015) La imagen del turismo cultural en Cuba percibida por el mercado español. *Turismo y Sociedad*, 16, pp.67–84.
- Castellón Valdez, L.M. & Fontecha Fontecha, J., (2018) La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander. *Turismo y Sociedad*, 22, pp.167–193.
- De Lima Medeiros, M., Carneiro da Cunha, J.A. & Passador, J.L., (2018) Turismo gastronômico e desenvolvimento regional: um estudo a partir do caso do queijo minas artesanal do Serro. *Caderno Virtual de Turismo*, 18(2).
- Cristóvão, A., Tibério, M.L. & Abreu, S., (2008) Restauração, Turismo e Valorização de Produtos Agro-alimentares Locais: o Caso do Espaço Transfronteiriço do Douro-Duero. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(2), pp.281–290.
- Hernández, C.G. & Mendoza, M.G., (2013) Truticultura y el excursionista en áreas rurales. *El Periplo Sustentable*, unknown(24), pp.99–123.
- Randelli, F. & Martellozzo, F., (2019) Is rural tourism-induced built-up growth a threat for the sustainability of rural areas? The case study of Tuscany. *Land Use Policy*, 86(May), pp.387–398. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.05.018>.
- Tello Jiménez, G., (2018) *Un Nuevo Modelo De Negocio En El Sector Turístico : Airbnb*. Universidad de Valladolid.
- Dieckow, L., (2019) La economía colaborativa en turismo mediante AirBnb : ¿Un modelo solidario de empoderamiento de consumo de la Argentina y una alternativa del emprendedurismo? In *II Congreso Virtual Internacional sobre Economía Social y Desarrollo Local Sostenible*. pp. 141–160. Available at: <https://www.eumed.net/actas/19/economia-social/10-la-economia-colaborativa-en-turismo-mediante-airbnb-un-modelo-solidario.pdf>.
- Thomé Ortiz, H., (2017) *Gastronomy Tourism : Challenges and Opportunities to Value Traditional Mexican Second Global Report on Gastronomy Tourism Ailiate Members Report : Volume sixteen*, Madrid, España.
- Iturriaga, J., (2010) La cocina mexicana patrimonio cultural de la humanidad. *Archipiélago*, 18(70), p.56. Available at: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/24357-42921-1-PB \(6\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/24357-42921-1-PB%20(6).pdf).
- Sastre, R.F., (2013) La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, (1), pp.1–10. Available at: <http://www.redalyc.org/pdf/5116/511651377005.pdf>.
- Institute, P.M., (2017) *A Guide to the Project Management Body of Knowledge. PMBOK GUIDE Sexta Edición*. P. M. Institute, ed., Newtown, Pennsylvania, Estados Unidos: Project Management Institute.

- Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P., (2014) Gastronomic Tourism, a New Trend for Contemporary Tourism?? *Cactus Tourism Journal*, 9(1), pp.12–21.
- Organización Mundial del Turismo., 2016. *Panorama OMT del turismo internacional Edición 2016*, pp 4-14.
- Thomé Ortiz, H., (2015) Turismo agroalimentario y nuevos metabolismos sociales de productos locales. *Revista Mexicana De Ciencias Agrícolas*, 6(6), pp.1373–1386.
- Saiz Álvarez, J.M., (2018) Turismo sostenible y emprendimiento social. El pueblo mágico de Tequila, México. *Retos*, 8(15), pp.51–67.
- Cordisco, M., Scoponi, L. & Durán, R., (2012) El Agroturismo desde el paradigma del Trabajo en Red y la Cooperencia. Estudio de caso en Pymes del partido de Cnel. Suárez, Buenos Aires. *SaberEs*, 4(4).
- Fantini, A. et al., (2018) Agroturismo e circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos na associação “Acolhida na Colônia” - SC/Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 56(3), pp.517–534.
- Sayadi Gmada, S. & Calatrava Requena, J., (2001) Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del Sureste Español. *Cuadernos de turismo*, 7(7), pp.131–157.
- Galán Cuevas, G.E. et al., (2019) El agroturismo en dos municipios de la Sierra Juárez, Oaxaca, México. *Agricultura Sociedad y Desarrollo*, 16(2), pp.219–237.
- De Oliveira Santos, E. & González Esquivel, C.E., (2008) El turismo en el espacio rural en la mitad sur de Río Grande do Sul, Brasil (1997-2005). *Economía Sociedad y Territorio*, VIII(27), pp.721–738.
- Pedreira, B., Dos Santos, R. & Da Rocha, J., (2009) Planejamento agroturístico de propriedade rural sob a perspectiva da conservação ambiental. *Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental*, 13(6), pp.741–749. Available at: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-70350719327&partnerID=40&md5=24584a4894a508599872bd7ebac3f466>.
- Sznajder, M. & Przezbórska, L., (2004) Identification of Rural and Agri-Tourism Products and Services. *Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu – CCCLIX (2004)*, pp.165–177. Available at: http://www.jard.edu.pl/tom359/zeszyt3/art_16.pdf.
- UNESCO, (2011) *Batería de indicadores UNESCO en cultura para el desarrollo*.
- UNESCO, (2014) *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual metodológico. Patrimonio, Relevancia de la dimensión para la cultura y el desarrollo*. Primera Ed. O. de las N. U. para la E. la C. y la Cultura, ed., París, Francia: AECID/UNESCO. Available at: https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf%0Awww.unesco.org/creativity/cdis.
- Damián Huato, M.A. et al., (2007) La especialización agrícola de los Distritos de Desarrollo Rural del Estado de Tlaxcala. *Revista de Geografía Agrícola*, (39), pp.67–80.
- Calzada Roviroso, J.E., Rocatti Velázquez, M. & Galeana, P., (2017) *Memoria y Prospectiva de las Secretarías de Estado. Secretaría De Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca*

ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE
CHIHUAHUA A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL AGROTURISMO EMPRENDEDOR BAJO LA
PLATAFORMA AIRBNB

Y Alimentación Primera Ed. S. de C. N. de E. H. de las R. de México, ed., Ciudad de México: Secretaría de Cultura.